

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar belakang masalah

Seiring dengan pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mengalami perubahan dan peningkatan dari waktu ke waktu, membawa konsekuensi logis bagi dunia usaha untuk terus berkembang dan maju. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan dunia usaha saat ini, baik itu usaha yang berskala besar maupun usaha yang berskala kecil, mereka terus bersaing didalam melakukan kegiatannya. Kondisi yang demikian telah menyebabkan perlunya persyaratan dan peralatan didalam pengambilan keputusan yang rasional, objektif dan akurat, agar perusahaan itu dapat menjaga kelangsungan usahanya.

Seperti di era modern dewasa ini penyediaan barang atau produk dalam rangka memenuhi berbagai kebutuhan manusia (konsumen) cukup banyak tersedia, bahkan hampir-hampir tidak terlalu sulit bagi setiap orang untuk memperoleh produk sesuai dengan apa yang diinginkan. Hal ini terjadi sebagai akibat dari pada perkembangan dan peraturan roda perekonomian yang meningkat dengan pesat serta ditopang pula oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga tidaklah menyaranakan bahwa berbagai kebutuhan manusia mampu disediakan oleh perusahaan. Dengan demikian dalam memenuhi berbagai kebutuhan konsumen atau permintaan pasar

tersebut, setiap perusahaan senantiasa bersaing dalam menciptakan produk-produknya agar dapat meraih pangsa pasar yang besar.

Usaha mengantisipasi kenyataan tersebut, dan sekaligus menjawab era globalisasi dan era reformasi sebagai akibat transformasi komunikasi yang telah berkembang seiring dengan watak zamannya, dunia bisnis pada umumnya dan dunia perusahaan pada khususnya harus mengembangkan orientasi yang lebih terarah dalam menumbuhkan tanggung jawab yang besar untuk dapat memuaskan konsumen. Sehingga pada tingkat inilah kegiatan pemasaran menjadi pokok perhatian bagi setiap perusahaan, dimana mereka harus mampu menciptakan produk-produk menurut tempat, waktu, dan desain sesuai dengan selera dan keinginan konsumen, karena kegiatan pemasaran merupakan kegiatan bisnis perusahaan yang secara dinamis dan *continue* dapat memberikan gambaran mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen, yang nantinya akan berorientasi pada volume penjualan yang dicapai baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

Dengan demikian salah satu persoalan yang dihadapi perusahaan adalah kegiatan pemasaran. Hal ini diakibatkan adanya perbedaan yang mendasar antara perusahaan dengan pihak konsumen. Disatu pihak perusahaan ingin meningkatkan volume penjualan yang tinggi secara *continue*, sedangkan dilain pihak konsumen menginginkan tersedianya produk dengan harga relatif murah, kualitas yang standar, dan layak digunakan. Salah satu aspek yang penting untuk mempertemukan kedua kepentingan tersebut yaitu diarahkan usaha pengembangan produk sesuai dengan

selera konsumen. Tujuan tersebut dimaksudkan untuk memperbaiki produk yang sudah ada sebelumnya baik bentuk, desain, mutu maupun variasinya guna memberikan rangsangan kepuasan kepada konsumen untuk tetap menyenangi produk tersebut. Menurut Darwin Garvin kualitas produk dapat diukur melalui indikator performansi, keistimewaan tambahan, kehandalan, daya tahan, konformansi, kemampuan pelayanan, estetika, dan kepuasan yang dirasakan.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen akan suatu produk tersebut, maka PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo mempergunakan peluang bisnis ini dengan menawarkan produk yang beragam dan bervariasi. PT Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo merupakan sebuah usaha penyedia kebutuhan kendaraan bermotor yang bermerek “Suzuki”. Sepeda motor Suzuki selalu berusaha menciptakan produk baru yang berkualitas tinggi dengan tujuan agar para konsumen sepeda motor Suzuki selalu merasa puas. Adapun keunggulan yang dimiliki oleh produk motor Suzuki yaitu memiliki *feature* yang menarik (dalam hal ini desain produk yang modern dengan banyak pilihan warna), *durability* atau daya tahan mesin lebih tahan lama, lebih menghemat bahan bakar, serta Suzuki selalu menciptakan pelayanan (*service ability*) yang menyediakan perawatan dan jasa perbaikan sepeda motor Suzuki. Disamping itu Suzuki juga memiliki *Sparepart* atau kesediaan suku cadang. Berdasarkan pengamatan peneliti di daerah Gorontalo lebih banyak masyarakat yang menggunakan transportasi sepeda motor, akan tetapi dilihat dari pengguna kendaraan sepeda motor di daerah Gorontalo, peminat motor Suzuki lebih

sedikit dibandingkan sepeda motor lainnya. Peneliti berasumsi demikian karena setelah peneliti amati peneliti jarang menemukan sepeda motor Suzuki digunakan pada alat transportasi bentor (yang merupakan alat transportasi di daerah Gorontalo), peneliti banyak menemukan sepeda motor Honda dan Yamaha yang dipakai pada alat transportasi bentor. Hal ini juga didukung dengan penjualan sepeda motor Suzuki yang setiap tahunnya belum mencapai target penjualan. Berikut ini merupakan tabel penjualan motor Suzuki di Daerah Gorontalo yang diperoleh dari PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo.

Tabel 1.1
Penjualan Motor Jenis Suzuki Di Kota Gorontalo

Tahun	Produk Yang Terjual (Unit)	Target Penjualan (Unit)
2009	1.058	1.220
2010	1.028	1.082
2011	1.014	1.175
Jumlah	3.100	3.477

Sumber: TU PT. Sinar Galesong Gorontalo, 2012

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2011 penjualan tidak selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya dan masih belum mencapai target yang telah ditentukan. Berdasarkan fenomena tersebut, memotivasi penyusun untuk meneliti masalah ini secara ilmiah melalui suatu penelitian untuk mengetahui apakah kualitas produk sepeda motor “Suzuki” yang disediakan oleh PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo ini akan mampu terus meraih dan memuaskan konsumennya. Inilah yang menjadi alasan peneliti

untuk mengangkat masalah ini yang diformulasikan dalam suatu judul yaitu :
“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Suatu Penelitian Pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo)”.

2. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat diidentifikasi masalah yaitu :

1. Kurangnya peminat motor Suzuki dibanding motor yang bermek lain di Daerah Gorontalo.
2. Adanya penurunan volume penjualan produk motor Suzuki di daerah Gorontalo.
3. Kurangnya produk motor Suzuki yang dijual secara lelang.

3. **Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dapat dirumuskan masalah yaitu apakah kualitas produk motor Suzuki berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo ?.

4. **Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui kualitas produk motor

Suzuki berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo.

5. **Manfaat penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Sebagai sumbangsih pemikiran yang dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penyusun baik yang bersifat teoritis maupun praktis, sekaligus memberikan pengalaman yang sangat berarti untuk mempraktekkannya dalam dunia usaha.
2. Sebagai sumbangsih pemikiran yang konstruktif terhadap manajemen perusahaan PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas produknya baik dimasa sekarang maupun masa yang akan datang.
3. Sebagai sumbangsih pemikiran dan gagasan yang diberikan untuk dunia ilmu pengetahuan, khususnya ilmu sosial dan terutama bagi yang melakukan penelitian lebih lanjut.